

INFORMATIENOTA VOOR DE RAAD

Nummer: 200001364

Portefeuille : Economische Zaken, Wonen en Stadshart
Programma : 3 Economie
Taakveld : 3.4 Economische promotie
Datum : 14-01-2020

ONDERZOEKSOPZET CML

DE RAAD NEEMT KENNIS VAN:

De onderzoeksopzet Citymarketing Lelystad.

INLEIDING

Bij de behandeling van de programmabegroting 2020-2023, in de raadsvergadering van 19 november jl, heeft de raad een motie aangenomen waarin zij het college oproept een doelmatigheidsonderzoek uit te voeren naar de activiteiten van Citymarketing Lelystad (CML; officiële naam: Stichting Lelystad Partners). Met deze nota wordt de raad geïnformeerd over de uitvoering van de motie.

KERNBOODSCHAP

In aanloop naar het dictum van de motie constateert de raad in de motie dat:

- bezuinigingsvoorstellen zijn voorgesteld op voorzieningen voor de inwoners van Lelystad en het beheer van de openbare ruimte, maar City Marketing Lelystad (CML) hierin geen taakstelling heeft gekregen;
- het onduidelijk is in hoeverre CML haar doelstellingen heeft behaald en of CML na een eventuele bezuiniging alsnog haar doelstellingen kan behalen;
- het Strategisch Marketingplan 2008-2020 voor CML volgend jaar afloopt;
- Lelystad kansen heeft zich sterk te ontwikkelen en City Marketing dit kan versterken;
- bedrijfsleven en de stad baat hebben bij een effectieve Citymarketing;

Op basis hiervan roept hij het college op om:

- een doelmatigheidsonderzoek te doen naar de activiteiten van CML;

- te verkennen in hoeverre financiering van derden substantieel versterkt kan worden;
- op basis daarvan voorstellen te doen die richtinggevend zijn voor het nieuwe beleidsplan, waarbij de bijdrage vanuit de gemeente meer in balans is met de belangen van de diverse stakeholders;

Aanvullend hierop is de wens van het college om de huidige inrichting en samenwerking van de gemeente Lelystad met CML tegen het licht te houden. Daarin zijn opdrachtgeverschap, invloed op inhoud en proces en verantwoording belangrijke elementen.

Dit leidt tot de volgende hoofdvragen:

- A. In hoeverre heeft CML haar doelstelling zoals verwoord in het strategisch Marketingplan en de daarvan afgeleide jaarlijkse uitvoeringsplannen gerealiseerd?
- B. In hoeverre is de opzet en inrichting van CML passend bij de (huidige en toekomstige) opgave op het gebied van citymarketing?

SCOPE:

Scope van het onderzoek is de periode 1 januari 2010 tot en met 31 december 2019.

PLANNING:

Start in januari 2020 en opleveren onderzoeksresultaten inclusief conclusies en aanbevelingen aan het college juli 2020. Na behandeling en besluitvorming in het college worden de onderzoeksresultaten aangeboden aan de raad, hierbij wordt aangesloten bij het format van 213a onderzoeken. Uitvoering van het onderzoek heeft consequenties voor de planning van besluitvorming over CML. Uw raad heeft bij de begrotingsbehandeling besloten om de middelen voor CML voor het jaar 2020 vast te stellen. De vervolgstappen zouden zijn geweest om aansluitend het Strategische Meerjarenplan 2020-2030 te behandelen en vervolgens te werken aan een nieuwe partnerovereenkomst. Omdat de uitkomsten van het onderzoek mogelijk van invloed zijn op de inhoud van de plannen en de overeenkomst, wordt besluitvorming hierover in het college uitgesteld tot dit onderzoek is afgerond. De huidige partnerovereenkomst loopt door tot en met eind van dit jaar.